



CanPublish

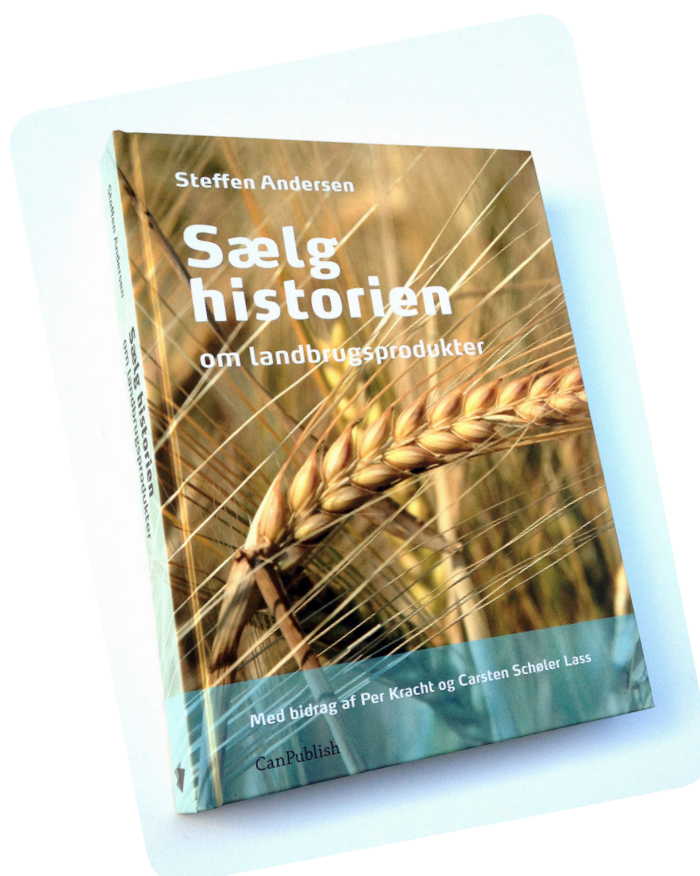
En CanPublish-udgivelse

“Sælg historien – om landbrugsprodukter”

Bogen “Sælg historien – om landbrugsprodukter” udkom i 2014 som både trykt bog og e-bog, og er siden fulgt op af en blog, LinkedIn og Twitter samt suppleret af kursusmateriale. Næste trin er oversættelser – bogen udkommer på engelsk og spansk i år.

Samarbejdet mellem forfatteren og CanPublish bestod af:

- Redaktion og korrektur
Den første orienterende læsning, to redaktionelle runder med skriftlige kommentarer, samtaler og korrekturer
- Grafisk opsætning
Layout, billedredaktion, grafer/tabeller, omslag
- Produktionsstyring og trykning
- Udgivelse, lagerføring, salg mv.
- E-bog
- PowerPoint og flyer
- Blog, LinkedIn og Twitter



Forord

Kan man holde et selskab, hvor der kun serveres ost for gæsterne? Ja, det kan man, og det er tilmed en herlig oplevelse. Samtalen og samværet mellem de spionende er fantastisk. De kommenterer maden og er meget ærlige. Kvaliteten i samvær stiger, når substansen i maden slipper løs. I Frankrig lever kvaliteten frit. Det er et eventyrligt land at spise i. Man mærker, at råvarerne betyder noget for rigtig mange mennesker.

De åbne fødevarnemærker myldrer af passionerede forbrugere, og præsentationen af varerne er i særklasse. Når man køber ind der, bliver man altid inspireret og ønsker derfor også at involvere ens gæster i selv at opleve passionen. I vores hjem i Danmark serverer vi af og til oste for et selskab på 10 personer. Vi løber typisk 8-10 slags oste i en ostesunk. Hver friske skåle af en hel ost. For gæsterne kommer, skal ostene være tempererede eller holde afhængigt af ostetypen. Hver ost skal anrettes på en tallerken. Det er vigtigt, fordi ostene skal spises i en bestemt rækkefølge. Det sikres ved at sende en tallerken rundt ad gangen.

Der er altid udfordringer i et selskab med 10 mennesker. Gædterne er ikke altid lige populære i hele selskabet. Flere gæster synes nemlig, at de smager for meget af god. Men som regel går det. Vi beder alle tage lidt af hver ost. Mange spiser alt, skyldet med den rette vin. Det mest forunderlige ved selskaberne er som regel stemningen. Den er usædvanlig høj. Meget ærlig. Det er ikke pavens, men på grund af diskussionen af maden, som er åben. Ærligheden blomstrer. Hvem kritiserer et stykke kød over for værten? Det sker aldrig. Men ost kan man kommentere særligt.

I Frankrig og Italien er det en fornøjelse at bære folk ind i de deres mening om forskellige råvarer, når de spiser. Stærke bånd bliver knyttet i samvær om mad. Fordi vi er ærlige.

Passionen og ærligheden omkring bordet med mange retter må kunne bruges i andelsbevægelsens fødevarerindustri. Ikke mindst fordi bevægelsens passionerede fødevarerledende historik er baseret på ærlighed og tillid mellem landmænd.

Vores ærinde med *Sælg historien - om landbrugsprodukter* er at vise, hvordan det kommer godt til at optimere forbindelsen mellem den passionerede forbruger og den passionerede landmand.

Redaktion og korrektur

Layout, billedredaktion, grafer/tabeller

Kapitel 2

Passion for fødevarer

Det tager lang tid at lære at blive en god landmand og sætte sig ind i, hvilke egenskaber jorden og stedet byder på, og hvordan det kan give den bedste afgrøde, det bedste kvæghold til mejeriprodukter eller kød osv. Det er imidlertid ikke kun viden og erfaring, der driver værket. Landmænd bærer nemlig i sig en stor passion for deres virke. Den kommer fra deres forhold til gården, jorden, familien og omgivelserne. De bor i. Tilbyningen til stedet er omendringsspejlet for landmændens vilje og hans stadige stræben efter at gøre en forskel. Han er tryk i de omgivelser og ved, at han har en historik, han kan trække på, og som peger ind i fremtiden for ham.

For landmænd er der en højere mening med det, de gør, som passioneret driver dem til at producere den bedste mulige kvalitet, og ofte ser vi blandt landmænd, at de stædigt forfølger deres livsform til det sidste. Det handler naturligvis om at tjene penge, men den højere mening er vigtig for en landmand. Det ser man, når det er svære tider, hvor sålismen knirker i den andelsbevægelse, han ofte arbejder i og for. Det er specielt svært, når noteringen er lav på de afgrøder, kød eller mælk, han har satset hele sit liv på. Så er det virkelig passionen, der skal trækkes på.

Kooperativerne har på grund af deres ejerforhold en enestående mulighed for at bære landmændens passion videre i hele værdikæden. Det giver dem en uvurderlig mulighed for at sætte noget særligt i spil, som gæb produktion og koncepter unikke. Den kommerciel afdeling skal så at sige tappe den passion, landmændene har, og dele ud af den i tilstrækkelige doser. Nok til at den næste i kæden bliver lige så passioneret, som landmanden selv er. Der er værdt i dette for alle parter.

Det er desværre vores opfatelse, at en del af alverdens landmænds passion går tabt i løbet af værdikæden og næsten er forsvundet i de yderste led i værdikæden. Men vi er også sikre på, at den relative hurtig kan sættes i spil igen. Det skal vi se nærmere på i dette kapitel, hvor vi har lavet en model, der beskriver den passion, som kommercieltiseringen i et kooperativ bør begynde med.

15

Illustration af Steffen Andersen

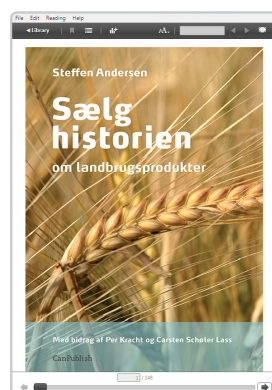


Indhold

KAPITEL 1	11
DEN TANT DOK STRATEGI	11
Den lokale kommercielle udfordring som strategi	12
Substansen gennem hele værdikæden	12
KAPITEL 2	15
INDSØNDEN FØDEVARER	15
Indførelse og udbetragning	15
Sikkerhed, etik og bæredygtighed	15
Konsumtrends i fødevarerindustrien	17
Den økonomiske ændring af forbrugernes kølønsmønstre	17
Realitet	18
Kooperativernes position og betingelser	19
Pro	20
Følelsesindretning i USA og Europa	21
De europæiske kooperativers styrker	22
Byg og fødevarerindustri	23
Salgscenarier i netværket	24
Fra råvarer til færdige produkter	25
Brænd	25
Om statistik videne	26
Følelsesindretning	28
Særlig interesse	29
Sær for mad	30
Præsentation	31
Gentendommeligheden i kvaliteten	32
Præsentationens passion for kvalitet	33
Dyrkelighed i værdi	34
Den følelsesindretning	35
Smag, pris, etik og passion	36
Præsentationens passion	37
Salg af volumen og kvalitet	39
Den tekniske platform for udbetragning af fødevarer	40
KAPITEL 3	47
PRODUKTIVITETEN SKAL DER TIL	47
Hvordan man sælger	48
Smagen på kanten af 500 millioner	48
Den passionerede indsigelse skal være	49
Medarbejdernes rolle i et kooperativ	49
KAPITEL 4	55
KØBEN OG FØDEVARER	55
Egne mærker og private label	56
Den lokale fødevarerindustri	57
Tilføjet værdi i et kooperativ	58
Private label- og mærkevarer i fødevarerindustrien	61
Om den lokale fødevarerindustri	62
Kooperativernes position og betingelser	62
Sælg progressiv kvalitet	62
Den lokale fødevarerindustri	64
Produktkvaliteten for noget at tilbyde verden	64
Produktkvaliteten i et kooperativ	65
Præsentationens passion og klassifikation	66
Smag	67
Den lokale fødevarerindustri	71
Om kvaliteten af et kooperativ	71
Fra firma til bølgeplade	73
KAPITEL 5	79
TIL KANTEN AF FØDEVARER	79
Produktkvaliteten er blevet et resultat	80
Passion i vores DNA	81
Fundamentet for en passioneret helhed af salg	82
Et potentiale for at vide mere	83
Smag	84
Præsentationens passion	85
Smag, pris, etik og passion	87
Smag, pris, etik og passion	87

Omslag


E-bog



Sell the Story

Blog About About the bloggers Publicity Inspiration

Sell The Story



Welcome to the Sell The Story blog

16/04/2015 Steffen Andersen 0 Comments

How do you involve your customers in the passion most employees in your company have for your products? How do employees become passionate about a company's products and services? For sales departments these are crucial questions that need to be...

Recent Posts

- Milk is not only milk
- Service in the shops disappoints the customers
- Ready for a cheese party?
- The fish of the day
- Stone ground flour bread

Blog

Hjem Meddelelser Beskeder



Sell the Story Steffen Andersen @StAndersenCph

TWEETS 29 FOLGER 36 FOLGERE 16

Hvad sker der?

Pia Petersen retweetede Les Belles Lettres @BellesLettresEd · 12 min Grand Écart — Pêriclès et la com #LaVieDesClassiques lavedesclassiques.fr /article/grand-... via @AddThis

Twitter and LinkedIn

Bøger E-bøger Lydbøger Kurser

Søg på titel, forfatter, emne eller ISBN Søg

Du er her: Bøger > Erhverv > Danske erhvervsbøger > Diverse > Sælg historien



Sælg historien - om landbrugsprodukter af Steffen Andersen

(Bog, indbundet)

★★★★★ (0 anmeldelser)

Virksomheder kan ikke nøjes med at fortælle historien om deres produkter. De skal være i stand til at sælge historien. Debat- og fagbogen Sælg historien – om landbrugsprodukter argumenterer for, at det er produktet, der binder en organisation sammen, og at det derfor er nødvendigt... Læs mere >

Produktdetaljer: Sprog: Dansk Originaltitel: Sælg historien - om landbrugsprodukter ISBN-13: 9788793295018 Sideantal: 255 Forlag: CanPublish Vis mere >

Kan du lide denne bog? Sæt bog på liste > Like >

Leveringstid: 2-3 hverdage Leveres senest: 03-08-2015

Pris: kr. 300,00 Fragt: kr. 29,95

1 stk. Læg bog i kurv

Pluspris: kr. 249,95 Fri fragt

Til dig, der elsker bøger Læs mere om Plusmedlemskab

- ✓ Op til 70% rabat
- ✓ Fri fragt til afhentningsboks
- ✓ Alle nye bøger og bestsellers
- ✓ Plusarrangementer

Salg

The PowerPoint presentation consists of 8 slides:

1. Title slide: Sælg historien om landbrugsprodukter
2. Diagram: A Venn diagram with three overlapping circles labeled 'PRODUKTET', 'KAPITLERNE', and 'HISTORIEN OM PRODUKTET'. A red dot is in the center.
3. Line graph: 'UK-til-værdi pr. kg for de vigtigste landbrugsprodukter' showing price trends from 1990 to 2014.
4. Image: Two cows looking at the camera.
5. Diagram: A flowchart showing the relationship between 'Produktet', 'Historien om produktet', and 'Sælg historien om produktet'.
6. Text: A list of key points or steps related to the book's content.
7. Table: A table with columns 'Egenskab', 'Forskel', and 'Udfordring'.
8. Table: A table with columns 'Opsummer', 'Fakta', 'Udfordring', and 'Bemærk'.

PowerPoint



CanPublish

Forfatteren Steffen Andersen skriver:

I april 2014 skulle jeg skrive "Sælg historien – om landbrugsprodukter" færdig. Manuskriptet havde været en tur omkring forskellige fagligt interesserede, men jeg manglede at få en professionel redaktør og et forlag til at arbejde med sprog, opsætning, struktur, korrekturlæsning, trykning, udgivelse osv. Charlotte Paaskesen blev anbefalet af en god ven, så jeg tog kontakt til CanPublish. Og det er jeg fra først til sidst virkelig glad for. Charlotte gennemlæste manuskriptet og fortalte mig, at der helt klart var stof til en bog. Det gjorde mig glad. Men det varmede endnu mere, da jeg mærkede, hvordan Charlotte involverede sig og arbejdede med bogens form, flow og udtryk.

Da det første kapitel var gennemredigeret, sendte Charlotte mig det. Og først troede jeg ikke, det var blevet redigeret. Men det betød selvfølgelig, at Charlotte havde afkodet min tone og respekterede den. Og endnu bedre havde forstærket udtrykket på en måde, så sprog og mening gik op i en højere enhed. Samtidig kunne hun udfordre nogle af mine skrår-sikre fikse betragtninger, så jeg fik lov at argumentere for dem. Alternativt udelade dem. Bogen har fået stor ros for at være velskrevet, æstetisk i udtryk og med et lækkert lay out.

Processen, vi har været igennem, har ganske enkelt været fantastisk for bogen, mit skriveteam og min egen udvikling som skribent. Og samarbejdet meget behageligt. Anne som lave lay out var ligeledes virkelig en behagelig samarbejdspartner. Med lige den kant der gør, at man finder ud af, at ens egne små fikse ideer mht. det visuelle nok lige skal vendes med en professionel.

Vi tre har sammen med de to øvrige bidragsydere til bogen haft en upåklagelig proces.

Vi kan kun anbefale CanPublish til andre som ønsker at være tæt på processen og opleve seriøsitet og involvering, når manuskript skal blive til bog.

Venlig hilsen
Steffen Andersen